Tweede Kamer der Staten-Generaal

2

Vergaderjaar 2014–2015

Aanhangsel van de Handelingen

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

2335

Vragen van het lid **Jasper van Dijk** (SP) aan de Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap over *het opheffen van NPO Radio 6* (ingezonden 12 maart 2015).

Antwoord van Staatssecretaris **Dekker** (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap) (ontvangen 22 mei 2015).

Vraag 1
Wat is uw reactie op het voornemen van de NPO om per 1 januari 2016 te stoppen met NPO Radio 6?[1]

Antwoord 1
Ik heb kennisgenomen van dit voornemen. De NPO brengt uiterlijk 15 juni het concessiebeleidsplan uit waarin voorstellen staan voor de aanbodkanalen voor de NPO voor de komende vijf jaar. In het najaar zal ik over dit palet aan aanbodkanalen (audio en video) – na advisering door de Raad voor Cultuur en het Commissariaat voor de Media – een besluit nemen.

Vraag 2
Hoe oordeelt u over het feit dat onderzoek door NPO Radio 6 heeft aangetoond dat ongeveer twee miljoen Nederlanders interesse hebben in soul dan wel jazz en festivals zoals North Sea Jazz?

Antwoord 2
De NPO meet in zijn leefstijlenonderzoek de interesse voor verschillende muziekstromingen. Het klopt dat ongeveer twee miljoen Nederlanders interesse hebben in soul en/of jazz. Uit onderzoek van de NPO blijkt echter dat dit niet één van de meest geliefde genres is, want in de voorkeurset van de Nederlandse bevolking bevinden deze genres zich rond de dertiende plaats. De impact van NPO Radio 6 als hoofdzender weegt daarom volgens de NPO niet op tegen de kosten die voor de zender gemaakt moeten worden. Omdat de NPO soul en jazz als onderdeel van zijn aanbod ziet, wil hij deze genres – inclusief de daarbij behorende festivals – onderbrengen bij een van de andere zenders, waarschijnlijk NPO Radio 2. Naar NPO Radio 2 luisteren

[1] NRC, 5 maart 2015
http://www.nrc.nl/nieuws/2015/03/05/npo-radio-6-stopt-per-1-januari-met-uitzenden/

ah-tk-20142015-2335
ISSN 0921 - 7398
’s-Gravenhage 2015

meer dan 2 miljoen mensen, dus meer mensen komen op die manier in aanraking met soul en jazz.

Vraag 3
Wat vindt u van het argument dat de concurrentie is toegenomen, terwijl de commerciële tegenhanger (Sublime FM) net de programmering heeft gewijzigd en voor het overgrote deel louter non-stop radio maakt?

Antwoord 3
De NPO heeft te maken met een snel veranderend medialandschap waarin steeds meer aanbod is. Tegelijkertijd heeft de NPO de ambitie om zijn publiek een pluriform aanbod te bieden. Daarbij maakt de NPO een afweging over de impact van een aanbodkanaal en de besteding van de publieke middelen. De NPO heeft vooruitlopend op de presentatie van het nieuwe concessiebeleidsplan aangekondigd om meer kwaliteit te willen bieden met minder kanalen. Voor het radioaanbod geldt hierbij dat de NPO in de komende concessieperiode inzet op sterke hoofdzenders. Dit omdat de radiomarkt wordt gedomineerd door zenders met een duidelijk profiel en een sterke merkwaarde. Ondanks de ruime mogelijkheden die luisteraars hebben om naar nieuwe online radiokanalen te luisteren, fragmenteert het luistergedrag niet enorm. De NPO wil zich daarom nog meer dan voorheen richten op sterke kanalen en sterke merken voor de luisteraars. Met deze kanalen wil hij impact realiseren en publieke waarde toevoegen, bijvoorbeeld door het agenderen van nieuwe muziek, festivalverslaglegging en concertregistraties en nieuws en achtergrondinformatie. Deze focus op kwaliteit betekent concreet dat er scherpe keuzes moeten worden gemaakt en het budget zo gericht mogelijk moet worden ingezet. Daarom is de NPO voornemens met NPO Radio 6 in de huidige vorm te stoppen.

Vraag 4
Deelt u de mening dat de programmering, die sinds korte tijd is opgesplitst in een toegankelijke dagprogrammering en een avond- en weekendprogrammering met meer achtergronden en diepgang (zoals Mijke & Co Live, Winfrieds Woonkamer, Vrije Geluiden VPRO met o.a. Frank Jochemsen en Wilfried de Jong), niet juist aanleiding geven om door te gaan met NPO radio 6?

Antwoord 4
Het is aan de NPO om programmatische afwegingen te maken.

Vraag 5
Hoe oordeelt u over het feit dat de opsplitsing het bereik in de avond heeft verdubbeld (marktaandeel 0.7–1.1), terwijl de targets 0.4–0.5 zijn en dat in november zenderbreed 0.4 werd gescoord? Hoe rijmt u dit met de observatie van NPO dat de zender zich niet ontwikkelt?

Antwoord 5
Ik heb bij de NPO navraag gedaan naar de cijfers in 2014. Het gemiddelde luistertijdaandeel van Radio 6 over 2014 bedroeg 0,3 procent. In sommige maanden was het aandeel iets hoger (0,4 procent), in andere iets lager (0,2 procent). De NPO trekt mede daarom de conclusie dat de zender zich niet voldoende ontwikkelt.

Vraag 6
Bent u zich bewust van het feit dat de zenderprofielen van NPO Radio 2 en 4 in het gedrang kunnen komen wanneer NPO Radio 6 wordt opgeheven, indachtig het feit dat de omroepen hun taakopdrachten moeten vervullen, zoals voor de NTR bijvoorbeeld het bieden van een podium voor lichte muziek, jazz en soul?

Antwoord 6
De NPO heeft gezegd meer op minder kanalen te willen doen. Dat betekent volgens de NPO meer kwaliteit waarbij hij tevens een afweging maakt over de impact van het aanbod in relatie tot de kosten die ervoor worden gemaakt. Door soul en jazz op NPO Radio 2 te programmeren wordt er – in de ogen van de NPO – meer publiek bereikt. Ook versterkt het soul- en jazzaanbod de publieke waarde van NPO Radio 2. Verder ga ik ervan uit dat de NPO in zijn

programmering ervoor zorgdraagt dat de omroepen, waaronder de NTR, kunnen voldoen aan hun wettelijke taakopdracht.

Vraag 7
Vindt u NPO Radio 6 ook een goed voorbeeld hoe je efficiënt voor een specifieke doelgroep een kwalitatief hoogwaardig platform kunt bieden? Zo nee, waarom niet? Zo ja, bent u dan niet bang dat met het onderbrengen bij bijvoorbeeld NPO Radio 2 de NPO een doelgroep-zender kwijtraakt, hetgeen sterk indruist tegen de ontwikkelingen in het internationale medialandschap?

Antwoord 7
Het is aan de NPO het audioaanbod in samenhang vorm te geven. NPO Radio 6 Soul & Jazz is op dit moment een verrijkende hoofdzender: een zender die een specifiek soort *aanbod* brengt. De doelgroep van NPO Radio 6 Soul & Jazz (hoogopgeleide 35–49 jarigen) bedient de NPO ook met zijn overige aanbod. Er wordt dus geen specifieke doelgroepzender gestaakt, wel is er niet langer een hoofdzender die zich specifiek op de genres jazz en soul richt. Deze genres zullen zoals gezegd niet verdwijnen in het audioaanbod van de NPO, maar een plek krijgen op andere zender.

Vraag 8
Wat is uw oordeel over het gemixte profiel van NPO Radio 6, gezien het breed erkende probleem dat de andere zenders een sterk «wit» publiek hebben? Hoeveel belang hecht u aan het feit dat juist NPO Radio 6 geapprecieerd wordt door een zeer gemêleerd publiek, zoals bleek uit onderzoeken die naast de reguliere Kijk- en Luisteronderzoeken (KLO) werden uitgevoerd?

Antwoord 8
Ik heb van de NPO begrepen dat NPO Radio 6 Soul & Jazz weliswaar een licht hoger weekbereik heeft onder groepen in Nederland met een niet-westerse achtergrond, maar dat dit verschil niet groot is. Het is aan de NPO om een breed en divers publiek aan luisteraars te bedienen. Tegelijkertijd moet de NPO keuzes maken en doelmatig de middelen besteden.

Vraag 9
Vindt u het van belang dat er een zender is met een stevig historisch besef, die teruggrijpt naar de roots-muziek (soul, jazz, blues)? Beschouwt u dit met mij als een onmisbaar element in het totale aanbod van de NPO dat niet verloren mag gaan? Zo nee, waarom niet? Bent u op de hoogte van het feit dat Nederland, mocht NPO Radio 6 worden opgeheven, uniek is als land zonder nationaal platform voor Jazz muziek?

Antwoord 9
De NPO heeft gezegd dat soul en jazz als genres niet verloren zullen gaan in zijn totale portfolio aan audiokanalen. Zo komt er op een van de andere radiozenders meer ruimte voor soul en jazz, inclusief verslaglegging van bijvoorbeeld het North Sea Jazz Festival. Ook kunnen luisteraars op een digitaal themakanaal non-stop soul en jazz horen. Verder wacht ik eerst het concessiebeleidsplan van de NPO af waarin duidelijk wordt hoe de NPO het totaal aan audio- en videokanalen in wil richten.

Vraag 10
Wat vindt u van de financiële onderbouwing, indachtig het feit dat er zes jaar is geïnvesteerd en opgebouwd, dat er vele programmatische wijzigingen door de NPO zijn doorgevoerd en dat nu net de techniek Dab+ ingevoerd raakt, waardoor de zender ook in de auto te luisteren is? Is het op grond van deze zaken wel verstandig om zo'n zender op te heffen, zeker in het licht van de constatering dat NPO bazen Radio 6 in het verleden altijd roemden omdat de zender goedkoop en efficiënt was?

Antwoord 10
Het is aan de NPO om een afweging te maken over de inzet van de beschikbare financiële middelen bij de uitvoering van de taakopdracht. Daarbij verwacht ik dat de NPO dit doet op basis van een doelmatige inzet van middelen. Zij moeten zich hier ook over verantwoorden in de jaarlijkse

financiële en programmatische terugblik en in de rapportage over de prestatieovereenkomst.

Vraag 11
Wat vindt u van het argument dat efficiëntie wordt opgevoerd als hoofdargument, terwijl NPO Radio 6 met een budget van circa 2,5 miljoen euro per jaar een relatief gering beslag legt op de totale middelen? Kunt u aangeven hoe deze efficiëntie zich verhoudt tot die van de andere radiozenders van NPO?

Antwoord 11
Zoals ik ook in antwoord op vraag 10 schreef is het aan de NPO om een afweging te maken over de inzet van de beschikbare financiële middelen bij de uitvoering van de taakopdracht en zich daarover te verantwoorden. In algemene zin heeft de NPO mij meegedeeld dat bij de inzet van middelen ook de impact die de activiteit realiseert betrokken moet worden. Ter illustratie kan ik u melden dat het weekbereik van NPO 3FM in 2014 ongeveer 14 keer hoger was dan dat van NPO Radio 6 Soul & Jazz, terwijl het kostenniveau minder dan een factor 3 is.

Vraag 12
In hoeverre is KLO-onderzoek afdoende om een zender als NPO Radio 6 op zijn prestaties te beoordelen? Is de rendements- of efficiency-benadering voor alle doelgroep-activiteiten van de NPO zaligmakend, of gelden er ook kwaliteitsnormen waarbij het NPO-brede aanbod belangrijker is dan enkel en alleen marktaandeel?

Antwoord 12
De taakopdracht van de NPO is zowel aanbods- als publieksgericht. De NPO kent daarmee naast aanboddoelstellingen ook doelstellingen op het gebied van publieksbereik. Zonder voldoende publieksbereik kan de NPO immers geen impact hebben. Deze combinatie betekent dat de NPO altijd vanuit beide oogpunten naar zijn aanbod dient te kijken. Voor NPO Radio 6 Soul & Jazz geldt dat de NPO laat weten dat de zender een relatief beperkte groep mensen bereikt en niet duidelijk groeit. Daarbij overweegt de NPO dat deze doelgroepen ook al met andere programmering wordt bediend en stelt voor soul en jazz op een andere manier (via NPO Radio[2] met meer impact te programmeren.

Vraag 13
Bent u bereid met NPO in gesprek te gaan, met als inzet de toekomst voor NPO Radio 6 veilig te stellen?

Antwoord 13
Het (voorgenomen) besluit van de NPO en het totale palet aan aanbodkanalen maakt onderdeel uit van het concessiebeleidsplan dat de NPO op 15 juni presenteert.
Ik zie daar nu geen aanleiding toe. Ik wacht eerst het concessiebeleidsplan af waarin het totale audio-aanbod wordt gepresenteerd. Dit plan wacht ik eerst af omdat ik dan het geheel kan overzien.

---

[2] NRC, 5 maart 2015
http://www.nrc.nl/nieuws/2015/03/05/npo-radio-6-stopt-per-1-januari-met-uitzenden/